

## RINGKASAN

**“Strategi Pemasaran Produk Nestle pada *General Trade Channel* di CV. Arjuna Banyuwangi (Distributor Resmi PT. Nestle Indonesia)”**, Durrotul Fakhriyah, NIM D41180248, Tahun 2021, 73 Halaman., Program Studi Manajemen Agroindustri, Jurusan Manajemen Agribisnis, Politeknik Negeri Jember, Fredy Eka Ardhi P, S.ST, M.ST (Pembimbing).

Politeknik Negeri Jember merupakan salah satu kampus dengan sistem pendidikan yang baik. Proses belajar mengajarnya Politeknik Negeri Jember memberikan ilmu pengetahuan dengan adanya teori dan juga langsung menerapkan praktek teori tersebut sehingga mahasiswa dapat lebih memahami teori yang telah disampaikan. PT. Nestle Indonesia memiliki distributor resmi di setiap kota untuk menjangkau keseluruhan elemen masyarakat di Indonesia, area Banyuwangi sendiri yaitu bermitra dengan CV. Arjuna sebagai Distributor resmi PT. Nestle Indonesia. CV. Arjuna men-*supply* dari keseluruhan daerah yang ada di Banyuwangi. CV. Arjuna terbagi menjadi tiga divisi yaitu *Modern Trade Channel*, *General Trade Channel*, dan *Speciality Modern Trade*. *General Trade Channel* merupakan bagian dari CV. Arjuna yang berfungsi untuk melayani pasar-pasar tradisional. Strategi pemasaran merupakan salah satu cara yang dilakukan oleh *General Trade Channel* untuk mencapai target penjualan.

Permasalahan pada CV. Arjuna dalam mencapai target penjualan dikarenakan pada tiap bulannya distributor memiliki kendala dalam memenuhi target penjualan atau STT (*Sales to Trade*) yang ditetapkan oleh PT. Nestle. Penerapan strategi pemasaran yang baik akan membantu meningkatkan volume penjualan dari produk nestle sehingga produksi penjualan meningkat dan dapat memenuhi target yang telah diberikan kepada CV. Arjuna sebagai Distributor resmi PT. Nestle Indonesia.